

Einwände sind konstruktiv!

Wie behandelt man Einwände?
Teil 4 einer praxisnahen Ratgeberreihe zum Thema Verkäuferkompetenz in Bau- und Gartenmärkten

Die Einwände von Gesprächspartnern können sich richten: Gegen einen selbst als Verkäufer, gegen das eigene Unternehmen, gegen das eigene Produkt oder gegen den Preis des eigenen Produkts! Wenn man Einwände nicht als konstruktiven Beitrag des Kunden sieht, der für beide Gesprächsparteien zu einem positiven Verhandlungsergebnis führen soll, hat man die Botschaften nicht verstanden.

Einwände sind für den erfolgreichen Verhandlungsführer ein positives Signal, dass der Gesprächspartner seiner Argumentation noch folgt. Hat man sich früher mit hohen Wänden vor Eindringlingen und Feinden geschützt, schützt man sich heute mit „Ein-Wänden“ davor, überrollt und übervorteilt zu werden.

Widerspruch provoziert Widerspruch. Oder: Druck erzeugt Gegendruck. Bis es knallt. Im Sprachgebrauch schafft man das schon durch solch harmlose Wörter wie „aber“, „doch“, „dennoch“ und „trotzdem“. Wenn die Ausführungen für den Kunden missverständlich sind (Technoquatsch), dann führt das bei ihm sofort zu Unsicherheit und Misstrauen und (hoffentlich) zum Ein-

wand. Reagieren sollte man immer mit „positiver Einwandsbehandlung“. Benutzen sollte man zum Beispiel „akzeptierende Formulierungen“, wie: „Gewiss, das ist sehr wichtig Herr Renkert, nur bedenken Sie auch...!“ oder „Sicherlich ist dieser interessante Fall denkbar, Frau Schnippering, allerdings...!“ oder „Ich kann Ihren Standpunkt gut verstehen, Herr Hinrichs, jedoch...!“

Es ist ein gutes Zeichen, wenn der Kunde Einwände hat! Einwände sind formulierte Hemmnisse und müssen überwunden werden, damit der Kunde „JA“ sagen kann. Bei ungerechtfertigten oder unsachlichen Einwänden sollte Humor gezeigt und der Einwand schlicht „überhört“ werden. Folgende rhetorische Beispiele gehören in den Bauchladen der vertrieblichen Gipfelstürmer. Sie werden angewendet, wenn ein Einwand des Verhandlungspartners zu früh auf ein Thema zielt, das man selbst erst später behandeln will (oder auch nicht). Es ist dann manchmal sinnvoll, den berechtigten Einwand nicht sofort zu beantworten – der Einwand wird zurückgestellt! Wenn der Kunde fragt: „Was kostet das denn alles?“ kann

die Antwort sein: „Darauf komme ich gleich zurück, Herr Wiemers. Untersuchen wir erst einmal gemeinsam, wie die optimale Bestückung sein sollte...“ oder „Bevor ich auf Ihre berechtigte Frage eingehe, Herr Degenhardt, brauche ich zwei weitere Informationen von Ihnen, damit wir gemeinsam den Preis ausrechnen können!“

Wenn man einen Menschen nach einiger Zeit wieder sieht, so darf man sich nicht wundern, wenn er aufs Neue (und mit genau denselben Worten) seine ursprünglichen Einwände wiederholt. Man hatte schon geglaubt, ihn überzeugt zu haben. Dabei hat man jedoch die Psychologie der Masse außer acht gelassen. Man muss noch einmal von vorne anfangen, den Kunden gefühlsmäßig zu gewinnen, um dann den erneut vorgebrachten Einwand zu entkräften.

Fazit: Wichtig ist, alle Einwände des Kunden immer positiv zu bewerten. Ein Kunde, der noch Einwände hat, will trotzdem noch kaufen. □

Verkäuferkompetenz 4

Dies ist Teil 4 einer umfangreichen praxisnahen DIY-Ratgeberreihe für Verkäufer. Im nächsten Heft informieren wir zum Thema „Preisgespräche“. Autor dieses Artikels ist der langjährige Verkaufstrainer Ewald W. Schneider 27624 Bad Bederkesa Tel.: 04745/6319 www.ewald-w-schneider.de

Sucht am Arbeitsplatz

Alkohol und Medikamente sind laut der Statistik die gebräuchlichsten Suchtmittel am Arbeitsplatz. Sogenannte weiche und harte Drogen wie Haschisch und Heroin spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Die Alkoholkonsumrate unter Arbeitnehmern beträgt rund fünf Prozent, weitere zehn Prozent sind gefährdet, schätzen Experten. Die Zahl der Medikamentenabhängigen beläuft sich auf zwischen fünf und sieben Prozent. Auch die weiteren Zahlen sind alarmierend: Alkoholkrankte Mitarbeiter bleiben 16 mal häufiger ihrem Arbeitsplatz fern, sind 2,5 mal häufiger krank und fehlen nach Unfällen 1,4 mal länger. Alkohol spielt bei fast 30 Prozent aller Arbeitsunfälle eine Rolle. Die entsprechenden Zahlen für medikamentenabhängige Arbeitnehmer liegen nur unwesentlich unter denen der Alkoholabhängigen: Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) schätzt, dass der daraus resultierende volkswirtschaftliche Schaden in Deutschland etwa fünf bis sechs Prozent des Bruttoinlandsproduktes ausmacht. Das entspricht einer Summe zwischen 87 und über 107 Mrd. €.

Nützliche Adressen:

Deutsche Hauptstelle gegen die Suchtgefahren e.V.
Tel.: 02381/9015-0
<http://www.dhs.de>
Fachverband Sucht e.V.
Tel.: 0228/261555
<http://www.sucht.de>